

我孫子市
商業観光
まちづくり
事業集

豊かで美しく、誇らしい都市へ。

2 0 2 3 ~ 2 0 2 6



目次

目次	2
はじめに	4
本書の趣旨	4
大綱と事業集の比較	4
主要事業の紹介	5
(1) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流を恒常的に増やす事業	5
(2) 手賀沼の水面等を活用しやすくする事業	6
(3) 地域の持つ観光資源および地域産品の魅力を最大限に引き出す事業	7
(4) 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に取り組む事業	9
事業集1 出店誘導事業集	11
(1) 日常的な買い物環境の需給ギャップ調査【新】	11
(2) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流を恒常的に増やす事業【新】	11
(3) キッチンカーを派遣する事業【新】	13
(4) 日常生活に必要なお店の立地を支援する事業【新】	13
(5) 空き店舗対策事業【新】	14
事業集2 お店の魅力向上事業集	15
(1) お店や観光事業者のICT活用を支援する事業【新】	15
(2) 商工会支援事業【再掲】	15
(3) 商店街活性化事業補助金交付事業【再掲】	15
事業集3 地元消費推進事業集	16
(1) 地元のお店での買い物を奨励する事業【新】	16
(2) 商店街活性化事業補助金交付事業【再掲】	16
(3) お店への公共交通機関によるアクセスを促す事業【新】【再掲】	16
(4) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流を向上的に増やす事業【新】【再掲】	16
事業集4 お店の組織的活動支援事業集	17
(1) 商工会支援事業	17
(2) 商店街活性化事業補助金交付事業	17
(3) 商店街活性化事業後援等事業【再掲】	18
事業集5 観光的な地域資源を活用したシビックプライド向上事業集	19
(1) 我孫子市観光資産を認定・保全し、観光資産の増加を促す事業【新】	19
(2) 夜間帯の過ごし方を充実させる事業【新】	20
(3) 市民による情報発信を推進する事業【新】	21
(4) 自転車や代替交通手段による観光周遊を推進する事業【新】	22
(5) 手賀沼周遊レンタサイクル事業	23
(6) 手賀沼周遊レンタサイクル事業を通年営業化する事業【新】	24
(7) 手賀沼の水面等を活用しやすくする事業【新】	25
(8) 地域の持つ観光資源および地域産品の魅力を最大限に引き出す事業【新】	25
(9) シビックプライド指標調査分析事業【新】	26

(10) 観光情報ブース出店事業【新】	27
(11) 我孫子インフォメーションセンター運営事業	27
(12) マスコットキャラクター事業	28
(13) 我孫子市ふるさと大使	29
(14) 手賀沼公園ミニ鉄道事業	29
(15) 3市連携周遊事業	30
(16) ふるさと産品育成事業	30
(17) 手賀沼観光施設誘導方針	31
(18) 農産物直売所アンテナショップ跡地活用事業	31
事業集6 世界基準による持続可能な観光地マネジメント事業集	32
(1) 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に取り組む事業【新】	32
(2) 観光事業者によるGSTC-Iへの取り組みを支援する事業【新】	33
(3) GSTC-D/Iに基づいて我孫子市の現状をモニタリングする事業【新】	33
事業集7 住民とお店にWIN-WINの関係を導く調整的事業集	35
(1) お店への公共交通機関によるアクセスを促す事業【新】	35
(2) 大規模小売店舗立地法の適正運用	35
(3) 消費生活相談の実施	36
(4) 商工会支援事業【再掲】	36
事業集8 パートナーシップで目標を達成しようとする事業集	37
(1) 事業者のパートナーシップによる課題解決を支援する事業【新】	37
(2) 商業観光まちづくり委員会【新】	37
(3) イベント等共催事業	38
(4) 商店街活性化事業後援等事業	38
(5) 観光ポータルサイト等への情報提供	39
(6) 事業者向け情報のメール配信サービス	40
(7) 庁内連携	40
(8) 観光的な地域資源に関する相談窓口	41
付録	42
(1) 商工会法（昭和三十五年法律第八十九号）抜粋	42
(2) 我孫子市商工業振興基本条例（平成23年9月26日条例第18号）	42
(3) 消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）抜粋	44

はじめに

本書の趣旨

本書は『我孫子市商業観光まちづくり大綱』を踏まえ、商業観光部局に与えられた経営資源（人・物・金・情報）の範囲内で優先的に取り組む事業を収載した「事業集」です。

大綱と事業集の比較

表紙		
タイトル	大綱	事業集
計画期間	12年	4年
更新頻度	必要に応じて4年ごと	必要に応じて毎年

主要事業の紹介

代表的な事業を紹介します。

(1) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流を恒常的に増やす事業

青空市場等（フリーマーケット、バザー、農産物や加工品の直売、飲食、情報交換等を主体とするイベント）をたくさん開催します。なるべく徒歩で行きたくなる工夫をし、人流を恒常的に創出し、開催地周辺の商業集積を促します。大量・反復的に常時開催できるように、開催地を定め、使用頻度の高い備品等を現地に保管し、出店者の負担や天候、周辺の生活環境への影響等にも配慮した継続的なマネジメントを行います。

売買、飲食、情報交換は貨幣経済の基本です。青空市場等はその原点で、都市にとって望ましい「にぎわい、ふれあい、交流」の最たるものです。地産地消やリサイクルの推進にも貢献します。開催地周辺の商業集積にも繋がるよう、経済と社会と環境のパートナーシップと統合的向上を意識しながら持続的に取り組みます。

◎テーマ設定の例

- ・地ビールフェスティバル
- ・ご当地ラーメンフェスティバル
- ・地産地消フェスティバル
- ・リサイクルフェスティバル
- ・ご当地アイドルのコンサート
- ・福祉フェスティバル
- ・スポーツフェスティバル（サッカー、ラグビー、マラソン等）

※きっと楽しいアイデアは無限大！！ 具体的なテーマは、地域のステークホルダーの皆様が開かれたブレスト会議等により考案していきます。

ただし、開催に適した場所（駅に近く安全な歩行空間の近傍）が限られているため、開催場所や開催頻度の議論には時間がかかります。都市の活性化のため、用地提供やイベント開催等にご協力いただける方がいらっしゃいましたら、ぜひ商業観光課までご連絡ください。

(2) 手賀沼の水面等を活用しやすくする事業

観光棧橋等の施設整備やガイドラインの整備等を行い、手賀沼の水面を観光的に活用しやすくします。手賀沼は我孫子市を特徴づける地形であり、観光的な活用が望まれる地域資源の筆頭です。その水面の活用を巡っては様々なアイデアが浮かびますが、いずれにせよ、水面を持続的に観光活用するには棧橋等の施設整備が必要になります。

現状は公的に位置付けられた港は存在せず、民間事業者が自己の事業の用に供するために個別に棧橋を設けています。観光利用も視野にいれ公的に管理された棧橋があれば、観光客が安心して訪れることができるようになります。また、地域ならではの郷土教育、観光教育、金融教育、スポーツ振興、安全対策、防災対策、治水対策、水質浄化対策、外来種対策、漁業等の役にも立ちます。

◎活用・併設例

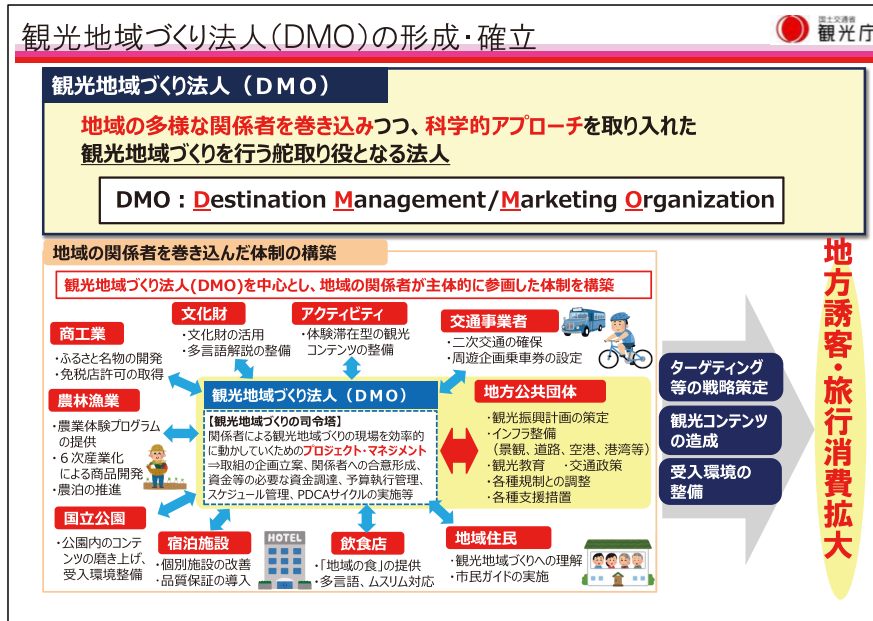
- | | |
|-------------------|------------------|
| ・ 初心者対象のヨット教室 | ・ 子供対象の乗船体験 |
| ・ SUP 教室 | ・ 監視艇の体験乗船 |
| ・ ボート免許教室 | ・ ヨットレース |
| ・ 国体・スポーツ大会誘致 | ・ 競技選手とのふれあいイベント |
| ・ ディンギー等レンタル事業 | ・ 船具庫 |
| ・ バーベキューテラス、レストラン | ・ イベント広場 |
| ・ 手賀沼トライアスロン大会 | ・ 手賀沼エコマラソンの主会場 |

※きっと楽しいアイデアは無限大！！ 具体的な活用例は、地域のステークホルダーの皆様が開かれたブレスト会議等により考案していきます。

ただし、手賀沼にはステークホルダーが多く、我孫子市だけでは意思決定できません。整備を目指すものの、長期的な取り組みになる可能性がありますので、ご理解をお願いいたします。なお、用地提供やデザイン、イラストレーション、環境アセスメント等、具体化する作業にご協力いただける方がおられましたら、ぜひ商業観光課までご連絡ください。

(3) 地域の持つ観光資源および地域産品の魅力を最大限に引き出す事業

地域の持つ観光資源および地域産品の魅力を最大限に引き出し、地域経済を活性化し、地域全体の「稼ぐ力」と地域の誇りを高めるため、我孫子市を対象区域とする地域DMOの設立を誘導、支援します。



DMO（観光地域づくり法人、Destination Management/Marketing Organization）は、地域の持つ観光資源および地域産品の魅力を最大限に引き出し、地域経済を活性化し、地域全体の「稼ぐ力」と地域の誇りの向上に貢献する法人です。ハワイ州観光局、バンクーバー観光局、サンフランシスコ・トラベル等がその典型です。国内では観光庁が「DMO登録制度」を推進しており、310団体が登録されています（令和4年5月30日時点）。

DMOは自主財源をもち、市と協力しながらも独立して意思決定をする自立した法人です。その具体的な事業内容はDMOを担おうとする法人が地方公共団体（市）と連名で定めるものですが、市としては次のような事業を期待しています。

- 1 旅行マーケティング事業
 - (1) 着地型観光に係るマーケティング、コンテンツの造成、マネジメント
 - (2) 観光ポータルサイトやオウンドメディア等による観光客の誘客
 - (3) 異文化圏からの旅行者に向けたガイダンス、マナー啓発等
- 2 地域商社事業
 - (1) eコマースやふるさと納税制度等を活用した地域資源の商品化、販売
 - (2) 特産品やサービスの利用促進、観光バリューチェーンへの参入支援等

主要事業の紹介

持続可能な着地型観光の推進には、戦略的な視点と、地域資源や旅行者をマネタイズする視点等をもった、いわゆるマーケティングが必要です。マーケティングを有効に実施するためには、地域における観光の状況を把握し、その発展と一緒に考える専門のマーケティング担当者を確保・育成する必要があり、外部からマーケティングの専門家を招聘するとともに、地域においても専門人材の育成をはかる必要があります。

これまで日本の多くの地域では地方公共団体がマーケティングを担い、観光協会が国内プロモーションを担ってきました。しかし、地方公共団体では限られた人員が短期の人事ローテーションの中で配置されており、専門人材が育成・配置されているわけではありません。また、観光協会は独自財源が乏しく平均年収も低く、DMOが担うべき機能が発揮できる状況にはなっていないとされています。一方、欧米の観光先進地ではDMOが高度専門人材を活用し、高い実績を示していることから、日本での形成・確立が推進されているところです。

日本におけるDMO制度は、単独市町村の区域を対象地域とする「地域DMO」、複数の地方公共団体にまたがる区域を対象地域とする「地域連携DMO」、地方ブロックレベルの区域を対象地域とする「広域連携DMO」があり、より大きな観光地域を形成するために連携することが可能です。そこでまずは、我孫子市を対象地域とする地域DMOの設立を目指します。

我孫子市にはDMOも観光協会もありませんが、市の施設として「我孫子インフォメーションセンター」（通称アビシルベ）が設置され、国内プロモーションの一部を担ってきました。そこで、DMOと比して不足している機能をアビシルベに追加し、アビシルベにDMOに準じた機能を取り揃えることにより、まずはアビシルベがDMOと同等の機能を発揮できるようにします。また、登録DMOへの発展を促します。

(4) 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に取り組む事業

まちづくりと観光は表裏一体です。良いまちづくりをすれば、そのまちは光を觀し、光を觀るために旅行者が訪れるようになります。また、観光には地域経済を發展させるとともに、社会福祉、文化、環境にも良い影響を与える力があります。



住宅が多くを占めるこの地域で観光を持続的に振興するには、地域と観光事業者の間にWin-Winの関係を築く必要があります。具体的には、観光客に向けた観光地の受入環境整備とあわせて、感染症対策や災害に備えた危機管理、地域の自然環境や文化遺産の保護、先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくこと、観光を地域の経済や社会の發展につなげ地域住民が観光による恩恵を実感できること等が求められます。

このように「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」を「持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）」といい、国際的な基準が定められています。日本では観光庁とUNWTO駐日事務所が「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を2020年6月に策定しました。JSTS-Dは世界で唯一UNWTO（国連世界観光機関）の指示の下に作成された持続可能な観光の指標である「GSTC-D」に準拠した、日本に適した



主要事業の紹介

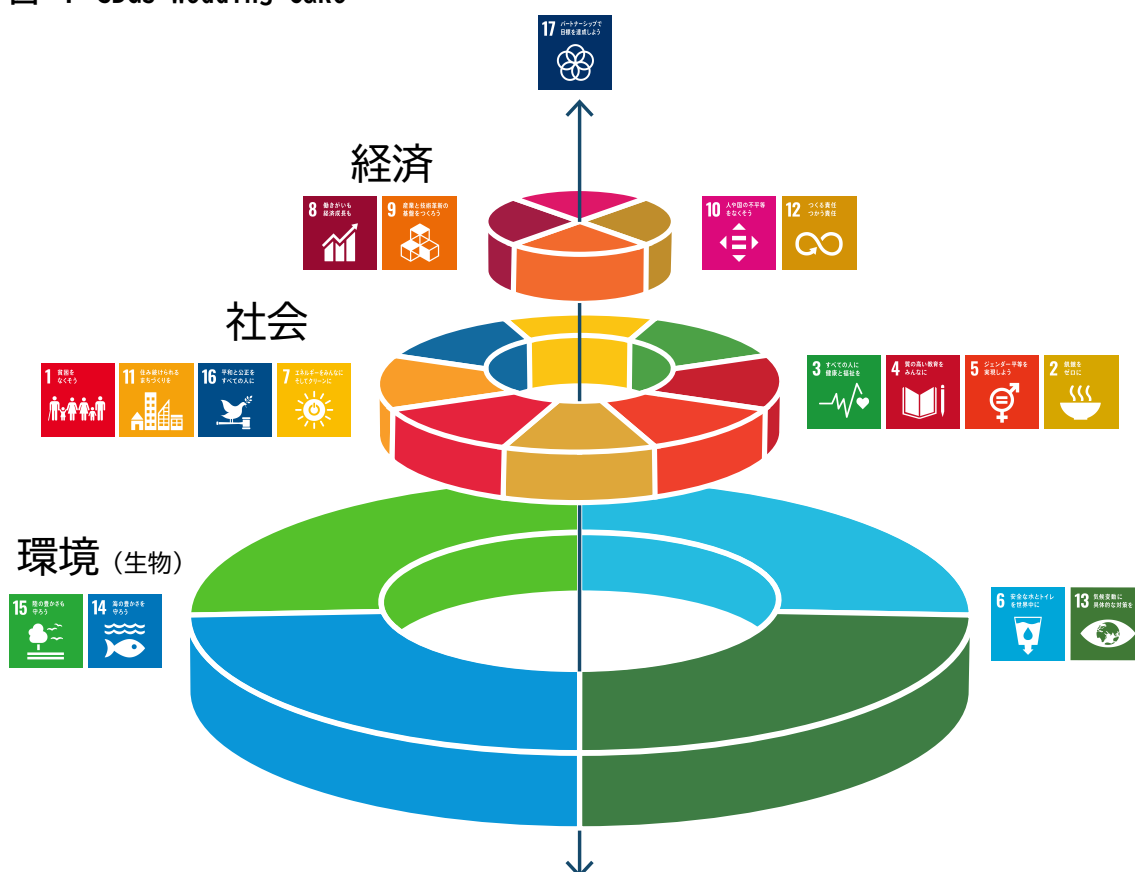
指標です。

我孫子市はJSTS-Dを実践して持続可能な着地型観光を推進することで、我孫子市が持続可能性に配慮する都市であり、誰もが安心して訪れることのできる魅力的な場所であることを説明できるようにし、「住んでよし、訪れてよし」の観光まちづくりを実現します。

◎我孫子市の実践

- 1 JSTS-Dに取り組みます。
 - 2 市内観光事業者によるGSTC-Iへの取り組みを支援します。
 - 3 着地型観光コンテンツを造成し、観光客を誘客します。
- 現在および将来の経済、社会、環境の統合的向上に貢献します。

図 1 SDGs Wedding Cake



(出典) ストックホルムレジリエンスセンターが提唱した図より引用、一部加筆修正

事業集 1 出店誘導事業集

(1) 日常的な買い物環境の需給ギャップ調査【新】

1 なにを

- ・市域の全域または特定地域について、日常生活に必要なお店が揃っているか、また、日常生活に必要なお店へのアクセスが確保されているか、調査します。
- ・立地不足やアクセス困難が判明した場合は、解消に向けた政策提案等をします。

2 どのように

- ・市内全域について、日常生活に必要なお店の立地状況と住民の満足度を、住民基本台帳に基づく郵送調査で定量的に把握します。
- ・調査・分析は専門機関等に委託して行います。

3 なぜ

- ・日常的な買い物環境の維持は住宅都市としての重要課題です。日用品の買い回り施設等の立地が不十分な地域には新規転入者が少なくなり、高齢化が進み、やがて共同生活を維持できない限界集落となってしまう恐れがあります。
- ・我孫子市でも移動スーパー等による買い物支援が実施されていますが、それだけでは全世代の日常生活に係るニーズを満たすことは困難です。すべての人が生活しやすい状態を維持するには、日常生活に必要なお店の立地を誘導するか、アクセスしやすい環境づくりが求められます。
- ・5つの日常生活圏域ごとに統計的に必要なサンプル数を収集するには計 5,000 件ほどの調査票発送が必要と見込まれます。商業観光課職員の手作業でできる分量を超え、分析にも専門的な知見が必要ですので、委託での実施が妥当です。

(2) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流を恒常的に増やす事業【新】

1 なにを

- ・商業観光イベント（フリーマーケット、バザー、農産物や加工品の直売、飲食、情報交換等を主体とするイベント。以下、「青空市場等」という。）をたくさん開催します。
- ・徒歩で行きたくなる工夫をし、開催地の周辺に人流を恒常的に創出し、開催地周辺の商業集積を促します。

2 どのように

- ・開催場所を定めます。年間活動計画を定め、毎週のように何らかの青空市場等を開催します。テントや机等、使用頻度の高い備品を購入し、なるべく現地に保管します。
- ・売り場だけでなく大道芸や発表会等の出し物も取り入れ、訪れる楽しみを演出するとともにメディア露出もはかり、観光地形成にも貢献します。
- ・指定管理、委託、実行委員会等によるマネジメントを行います。

3 なぜ

- ・売買、飲食、情報交換は貨幣経済の基本です。青空市場等はその原点で、都市にとって望ましい「にぎわい、ふれあい、交流」の最たるものであり、増やしたいものです。
- ・お店の出店や継続には、恒常的な人流が必要です。そこで、青空市場等の徒歩で楽しむべきイベントを頻繁に開催することにより、当該地域における日常的な買い物の利便性を向上させるとともに、恒常的な人流を創出し開催地周辺の商業集積をはかり、当該地域の持続可能性の向上に貢献しようとするものです。効率的に達成するため、場所等を固定してシステマチックに大量・反復的に行います。
- ・イベント開催には騒音や渋滞等の望ましくない影響もあります。にぎわいを許容する場所は、周辺の社会経済、文化、環境への影響も踏まえて持続可能な基盤を整備する必要があります。継続的なマネジメントが必要です。

4 課題

- ・開催に適した場所（オープンスペース）が不足しています。青空市場等には、公共交通機関によるアクセス性が高く、歩行者の安全が確保できる場所が必要です。
- ・青空市場等の開催の前提として、「鉄道駅やバス停等から各施設に至るまでの間に、自動車交通を抑制して面的に歩行者優先となるエリアを確保し、安全な歩行ネットワーク」を確保し、その近傍に「歩行者が集まる空間（イベントや市場が開かれる広場、マーケット広場）」を設置する必要があります。このことは、商業振興にも観光振興にも、健康・医療・福祉のまちづくり推進にも有効です。

図 2 市街地におけるマーケット広場の位置関係のイメージ



(出典) 国土交通省『健康・医療・福祉のまちづくり推進ガイドライン<技術的助言>』(一部改変)

(3) キッチンカーを派遣する事業【新】**1 なにを**

- ・キッチンカーの事業者選定を簡素化し、公共施設や市の主催するイベント等にあわせて機動的に出店を要請できるようにします。

2 どのように

- ・公共施設やイベント等の出店機会の発生に備えて、あらかじめ情報提供や出店を希望するキッチンカー事業者を募り、登録事業者の一覧を作成します。
- ・出店機会が発生した場合に、登録事業者に出店条件等を情報提供し、出店者を募ります。
- ・出店が競合した場合は、公平な方法（抽選等）で出店者を決定します。

3 なぜ

- ・イベントを盛り上げる簡潔な方法として、キッチンカーの出店は有力です。しかし、出店機会のたびに事業者を公募すると、余分な事務工数が発生します。そこで、事業者を登録制にすることにより、気軽に活用できるようにするものです。
- ・キッチンカーには騒音や臭気等の望ましくない影響もあります。継続的なマネジメントが必要です。

(4) 日常生活に必要なお店の立地を支援する事業【新】**1 なにを**

- ・徒歩で移動できる徒歩圏域に、特に利用頻度の高い機能（生鮮品の買い回り施設等）の立地を誘導します。

2 どのように

- ・現状の立地状況を調査します。
- ・公共施設の建て替えや再編がなされる場合には、地域の需要を踏まえて売店や飲食店等が一体的に機能確保されるよう、政策提案や出店支援をします。
- ・自治会、商工会、商店会、社会福祉協議会等とパートナーシップを組みます。

3 なぜ

- ・「健康・医療・福祉のまちづくりの推進ガイドライン（技術的助言）」では「高齢者等が徒歩で移動できる徒歩圏域」には「特に利用頻度の高い機能（生鮮品の買い回り施設等）や日々の日課として歩行を促進するような機能」を確保することが望ましいとされています。その方策として同ガイドラインでは、公共施設の活用により土地等の確保に係る初期コストを抑え民間事業者の立地を支援する方法が示されています。
- ・過疎地域では地域コミュニティを維持して持続可能な地域づくりを目指すための取り組みとして「小さな拠点」づくりに注目が集まっています。我孫子市も局所的には

- 高齢化の進む地域が見受けられますので、その考え方も参考になるものと思量します。
- ・我孫子市では公共施設の老朽化が著しいため、建て替えや集約の議論が増加する可能性があります。その際には地域の需要を踏まえて売店や飲食店等が一体的に機能確保されるよう、政策提案や出店支援をします。

(5) 空き店舗対策事業【新】

1 なにを

- ・住民生活の視座から空き店舗対策に取り組みます。

2 どのように

- ・商店街活性化事業補助金や創業支援補助金など、既存の補助制度の利用を推進します。
- ・シャッター物件の居住実態、今後の活用意向、活用にあたっての課題等、オーナーの意識調査をします。
- ・お店の立地・満足度を高精度に把握する調査をし、特に深刻な地域については労働者協同組合等による「小さな拠点」の設置の推進等を検討します。

3 なぜ

- ・空き店舗の存在は商店街全体の売上に悪影響をもたらす可能性があります。この問題に対しては、既に創業支援補助金や商店街活性化事業補助金制度の用意がありますので、活用の推進に努めます。
- ・近くに日常生活に必要なお店の立地がない場合、いわゆる買い物難民が生じている可能性があります。この場合は、日常生活に必要なお店の再出店が望まれます。場合によっては市による購入や転貸等による出店支援も視野に入ります。それに向けては、地域の状況や土地建物所有者の意向等を高精度に把握する必要があります。
- ・空き店舗が発生する背景には、身近な商店街等に対する消費者ニーズの変化があります。根本的な解決には、業種の変更、道路の拡幅、都市計画の変更等、商業振興行政の範疇を越える大掛かりな議論が必要となる場合があります。そうした議論がなされる場合には、所管と連携して対応します。

事業集2 お店の魅力向上事業集

(1) お店や観光事業者のICT活用を支援する事業【新】

1 なにを

- ・お店や観光事業者のICT活用やDXを支援します。

2 どのように

- ・お店や観光事業者に向けて、ICTに係る活用セミナー開催や補助金交付等をします。
- ・メッセージングアプリ、宅配、キャッシュレス決済等のICT事業者と連携し、ICTサービスの普及促進につながるような取り組みを目指します。
- ・自治会、商工会、商店会等とパートナーシップを組みます。
- ・ICTを活用できない人がいることも踏まえ、活用できない人を支援しながら推進していきます。

3 なぜ

- ・ICTを活用したお店が増えれば、ICTを活用できる住民にとっては日常生活の豊かさが向上することになります。また、我孫子市では生産年齢人口の減少が見込まれますが、DXによって緩和や適応を図ることもできます。それによりお店の持続可能性が高まれば、住民の日常生活の持続可能性も高まることになります。
- ・観光振興を持続可能なものにするためにも、お店や観光事業者によるインターネットやキャッシュレス決済等のICT活用は重要です。インターネットに十分な情報が出ていなかったり、現金の手持ちがなくても支払えるようになっていないと、旅行者の選択肢に入らないからです。

(2) 商工会支援事業【再掲】

- ・市内事業者の改善発達を支援するため、我孫子市商工会が行う経営改善普及事業と地域総合振興事業を支援に対して補助金を交付しています。詳しくは**事業集4 お店の組織的活動支援事業集**の**(1) 商工会支援事業**を参照してください。

(3) 商店街活性化事業補助金交付事業【再掲】

- ・商店街活性化補助金事業は商店街団体等を対象にした補助金交付制度です。商店街の魅力アップに資する施設整備等にも活用できます。詳しくは**事業集4 お店の組織的活動支援事業集**の**(2) 商店街活性化事業補助金交付事業**を参照してください。

事業集3 地元消費推進事業集

(1) 地元のお店での買い物を奨励する事業【新】

1 なにを

- ・地元で買えるものは地元で買うよう、住民を誘導します。

2 どのように

- ・商工会、商店会等とパートナーシップを組みます。
- ・期間を定めて、地元消費を呼びかけるキャンペーンやイベントを実施します。
- ・財源の確保に努め、キャッシュレス決済ポイント付与事業等を実施します。

3 なぜ

- ・我孫子市では今後、消費人口の減少が見込まれます。住民の日常生活を支える地元のお店を維持するためには、地元の人が地元で買い物をする習慣づくりが重要です。
- ・地元消費にインセンティブを与える方法として、ポイント付与は効果的です。しかし、多額の財源を要しますので、財源の確保に努め、実施を検討します。

(2) 商店街活性化事業補助金交付事業【再掲】

- ・商店街活性化補助金事業は商店街団体等を対象にした補助金交付制度です。地元消費の推進に資するイベント開催等にも活用できます。詳しくは**事業集4 お店の組織的
活動支援事業集**の**(2) 商店街活性化事業補助金交付事業**を参照してください。

(3) お店への公共交通機関によるアクセスを促す事業【新】【再掲】

- ・中心市街地に公共交通機関でアクセスする人が増えると、地域に密着した買い回り行動の増加が期待できます。詳しくは**事業集7 住民とお店にWin-Winの関係を導く調
整的事業集**の**(1) お店への公共交通機関によるアクセスを促す事業【新】**を参照してください。

(4) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流を向上的に増やす事業【新】【再掲】

- ・中心市街地に人流が増えると、地域に密着した買い回り行動の増加が期待できます。詳しくは**事業集1 出店誘導事業集**の**(2) 商業観光イベントを頻繁に開催し、人流
を恒常的に増やす事業【新】**を参照してください。

事業集4 お店の組織的活動支援事業集

(1) 商工会支援事業

1 なにを

- ・生産年齢人口が減少していく中でも住宅都市としての豊かさを維持・向上させるため、商工会がその目的と責務と役割を十分に果たせるよう、商工会に補助金を交付します。

2 どのように

- ・我孫子市商工会に補助金を交付します。補助対象事業は、次のとおりです。
 - (1) 経営改善普及事業
 - (2) 地域総合振興事業
 - (3) 商工会管理運営事業

3 なぜ

- ・商工会は、その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資することを目的として、商工会法に基づき設置・運営されている公的な団体です。商工会法は社会一般の福祉の増進を目的に掲げており、その受益者は会員だけではなく社会一般の福祉をも含むものですから、その支援は実質的には住民のためにするものです。
- ・商工会法第2条に規定される商工業者には我孫子市商業観光まちづくり大綱のスコープに含まれない事業者も含まれますが、商工会法第3条に規定される目的、我孫子市商工業振興基本条例に規定される商工会の責務と役割、事務的な便益等を総合的に勘案し、補助対象経費を限定したうえで、我孫子市から商工会への補助金の一切を包括的に交付します。
- ・補助対象事業にかかる予算の大部分を占めています。我孫子市商業観光まちづくり大綱の目的を達成するために必要であり、また、商工会の目的と責務と役割を達成するために欠くことのできない重要な補助金です。

(2) 商店街活性化事業補助金交付事業

1 なにを

- ・商店街団体等が主体となって取り組む商店街活性化事業等を支援します。

2 どのように

- ・商店街団体等が主体となって取り組む事業に要する経費について、補助金を交付します。
- ・補助対象事業と補助割合は次の通りです。
 - (1) 活性化計画策定事業 5分の2以内
 - (2) 商店街団体活性化事業（活性化取組事業） 2分の1以内

事業集4 お店の組織的活動支援事業集

- (3) 商店街団体活性化事業（施設整備事業） 3分の1以内（空き店舗の活用に係るものは5分の2以内）
- (4) 商店街街路灯等維持管理事業 2分の1以内

3 なぜ

- ・人口減少時代においても住宅都市としての豊かさを保つため、住民の日常生活に密着した地域商業の活性化はますます重要性を増しています。
- ・この補助金制度は従来のお祭り補助金や街路灯補助金を1つの制度に統合し、商業者の努力と工夫により様々な事業に活用することのできる余地を広げた汎用性の高い制度として令和2年度から施行されました。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により従来型のお祭りイベントは軒並み中止されましたが、3密を回避できるイルミネーションや非接触スタンプラリー等の新たなイベントを誘導できました。
- ・住民と商業活動の間に Win-Win の関係を導く要の制度として引き続き活用の推進に努めます。

(3) 商店街活性化事業後援等事業【再掲】

- ・商店街団体や観光事業者等による組織的な活動を、広報あびこへの掲載等により支援等する事業です。商業者だけではなく観光事業者にも通じるため、**事業集8 パートナーシップで目標を達成しようとする事業集**の**(4) 商店街活性化事業後援等事業**に収載します。

事業集5 観光的な地域資源を活用したシビックプライド向上事業集

(1) 我孫子市観光資産を認定・保全し、観光資産の増加を促す事業【新】

1 なにを

- ・市内経済団体等と市が協力し、観光を構成する具体的な要素（観光名所、訪問場所、ホテル等）を所有者の同意のもと認定観光資産として認定します。
- ・認定観光資産に対しては、パートナーネットワークの構築、補助金等の情報提供、学習会の開催、外国人や災害対応等に係るマニュアルの配布、着地型観光商品の造成とプロモーション等を行い、観光資産の拡大や運営の支援をはかります。

2 どのように

- ・市による情報収集、調査や公募により認定候補を集約します。学識経験者や市内経済団体、大学、交通事業者、企業等で構成する選考会において選定した後、所有者の同意を得て決定します。
- ・認定観光資産に向けて、ステッカーや看板の配布、PR等による観光活用の推進、保全状況のモニタリング等を行います。また、プロフェッショナルの手による高品質な観光写真や観光PRサイト等を制作し、観光のまなざしを誘導し、「訪問したい」欲求の誘発に努めます。
- ・認定観光資産の所有者等に向けた学習会等の開催、外国人を含む接遇や災害対応等のマニュアルの配布等により、観光資産の運営を支援するとともに、運営変更等に係る情報提供をお願いします。

3 なぜ

- ・我孫子市の観光資産が民営施設も含めて明確化されます。周知PRや活用の促進により、市民や旅行者が市の魅力を気軽に楽しめるようにし、回遊性の向上と滞在の増加を図ります。
- ・観光資産に係るステークホルダーのネットワークが構築できます。観光客に対するマナー啓発や災害対応等の情報提供、学習機会の提供等をしやすくなります。
- ・観光資産の特定と評価は「GSTC-D」の指標のひとつです。
- ・観光には経済的な視点も取り入れる必要がありますので、経済団体等の関与のもとに実施します。

※観光資産とは

有形無形の観光資源のうち観光を構成する具体的な要素で、観光名所、訪問場所、ホテル等をいいます。具体的な定義等は現在のところ次のように考えていますが、詳しくは観光資産認定協議会で検討します。

区分	定義	具体例	方向性
観光名所	訪問場所のうち、宿泊の動機とされる	文化施設・博物館、スポーツ施設、水上アクティビティ施設等	支援する 集客を生かす

事業集5 観光的な地域資源を活用したシビックプライド向上事業集

	ことの多い場所		振興する(民営)
訪問場所	観光客等が立ち寄ることの多い場所	観光案内所、農産物直売所、土産物販売店、交通結節点等	支援する 集客を生かす
ホテル等	宿泊場所	ホテル、旅館、民泊、宿泊キャンプ場、ゲストルーム等	支援する 集客を生かす 振興する

方向性	手法	具体例
支援する	情報発信	チラシ配布、ポスター掲示、パンフ掲載等
	情報提供	国・県・市・業界等の情報を配信する
	研鑽機会等	外国人対応、ホスピタリティ向上等
	補助金	取り組み等に対して補助(自己負担あり)
	交付金	協力等に応じて交付(自己負担なし)
集客を生かす (協力いただく)	情報発信	チラシ配布、ポスター掲示等
	産品販売	産品を仕入れて売る、場所の提供
	危機管理	災害時の観光客の誘導
	情報提供	入込客数の報告等
	景品提供	割引券等の提供
	観光教育	インターン受け入れ
振興する	誘致する	立地相談、補助金、用地確保等支援
	設置・建設	設置・建設後、指定管理等

(2) 夜間帯の過ごし方を充実させる事業【新】

1 なにを

- ・「夜になるとすることがない」の解消を目指し、我孫子ならではの夜間帯の過ごし方(ご当地グルメ、場所、イベント等)を充実させます。

2 どのように

- ・商業者や宿泊事業者等とパートナーシップを組みます。
- ・イルミネーションや屋台村、星空観察会・自然観察会等の夜間帯イベントを開催または支援等します。
- ・ゆくゆくは商業者や宿泊施設等とのパートナーシップによる持続可能な宿泊旅行プランの開発や売り込みにもつなげます。

3 なぜ

- ・魅力ある着地型観光には宿泊が必要です。「夜になるとすることがない」ということでは、旅行者にとってコストパフォーマンスに欠けます。宿泊地として選ばれるためには夜間帯の楽しみが欠かせないものです。

- ・時間的ゆとりのある夜間帯に地域に根ざした食やイベント等を通じて地域を知る機会があれば、旅行者に地域の魅力をより深く体感していただけます。また、旅行者と住民の交流により、住民側が影響を受けて誇りが高まる効果も期待できます。
- ・夜間帯は観光客のマネタイズにも有効です。自然や歴史等収益を生みにくい観光資源を売りとするならば、その保全にかかる財源の確保に向けて、観光客のマネタイズと保全につなげる仕組みづくりにも真剣に取り組む必要があります。

(3) 市民による情報発信を推進する事業【新】

1 なにを

- ・市民によるSNS活用を推進します。
- ・前向きな投稿を増やすための対策を検討し、実施します。

2 どのように

- ・市民や市内事業者等に向けて、SNS活用講座を開催します。
- ・市民や市内事業者等に向けて、審美眼を養う講座を開催します。
- ・ホームページや看板等に主要SNSのアイコン等を表示し、投稿を促します。
- ・前向きな投稿を増やすにはどうすればいいか、SNS活用の専門家に現状の分析と対策の立案を依頼します。

3 なぜ

- ・市民等によるSNS等を活用した情報発信には、行政による公平・平等を重視した情報発信とは異なる利点があります。
- ・Yahoo!リアルタイム検索によると、我孫子市は近隣市よりもネット上における情報流通量が少なく、一層の活用を推進する必要があります。また、近隣市よりもポジティブな感情の割合が低い傾向もあります。原因を解明し、対策する必要があります。
- ・写真は観光のまなざしを進展、拡大したいちばん重要な技術です。近年はインターネット化が進み、市民等が撮影した観光写真がSNS等に無数に流通しています。より美しい観光写真が撮影され流通するよう、市民等に審美眼を養う学習機会を提供します。

表 1 直近30日間におけるツイート数等の比較（9月5日）

キーワード	ツイート数	人口	人口あたり ツイート数	ポジティブな 感情の割合
我孫子市	2,093 件	131,214 人	0.016 件/人	47%
柏市	10,255 件	432,108 人	0.024 件/人	55%
印西市	2,075 件	109,066 人	0.019 件/人	57%
取手市	3,128 件	106,061 人	0.029 件/人	52%
松戸市	8,830 件	497,719 人	0.018 件/人	52%
白井市	1,022 件	62,827 人	0.016 件/人	74%
手賀沼	2,048 件	-	-	69%

（出典）Yahoo!リアルタイム検索（令和4年9月5日現在）、人口は各市ホームページ（我孫子市、柏市、取手市は令和4年8月1日時点、印西市、白井市、松戸市は令和4年7月末時点）

表 2 直近30日間におけるツイート数等の比較（10月21日）

キーワード	ツイート数	人口	人口あたり ツイート数	ポジティブな 感情の割合
我孫子市	2,225 件	131,105 人	0.017 件/人	43%
柏市	9,318 件	432,450 人	0.022 件/人	64%
印西市	3,817 件	109,332 人	0.035 件/人	63%
取手市	2,985 件	106,071 人	0.028 件/人	42%
松戸市	16,261 件	497,411 人	0.033 件/人	33%
白井市	976 件	62,867 人	0.016 件/人	70%
手賀沼	1,743 件	-	-	69%

（出典）Yahoo!リアルタイム検索（令和4年10月21日現在）、人口は各市ホームページ（我孫子市、柏市、取手市は令和4年10月1日時点、印西市、白井市、松戸市は令和4年9月末時点）

（4）自転車や代替交通手段による観光周遊を推進する事業【新】

1 なにを

- ・自転車や代替交通手段による観光周遊を推進します。

2 どのように

- ・ホームページやパンフレット、ポスター等で、自転車や代替交通手段による訪問を呼びかけます。
- ・より積極的に代替交通手段を利用したくなるように、電動シェアサイクルやトゥクトゥク、人力車等、観光地らしい交通用具の導入を検討します。
- ・観光施設の駐車場使用料を見直す等して、公共交通機関や自転車によるアクセスにイ

- ンセンチブを与えるとともに、収益の一部は観光資産の保全に充当します。
- ・主要な駐車場や観光施設から自転車で観光周遊できるように、手賀沼周遊レンタサイクルをスマート化・通年営業化するとともに、サイクルポートを拡充します。

3 なぜ

- ・持続可能で低炭素の車両や公共交通、徒歩及び自転車等の人力による移動手段を奨励し、観光に起因する大気汚染、交通渋滞及び気候変動の抑制に努めることは「GSTC-D」の基準のひとつです。
- ・自動車よりも徒歩や自転車のほうが観光には向いています。“車の窓からの景色が何を意味するかということ、「スピードを増せば増すほど、大地はのっぺらぼうになる」ということだ”（J・アーリ『観光のまなざし』増補改訂版より）
- ・市民アンケート等で、駐車場不足の指摘が多く寄せられています。環境に配慮した代替交通手段の選択を促すことは「GSTC-D」の基準のひとつであり、駐車場不足の指摘に対する妥当な提案です。

(5) 手賀沼周遊レンタサイクル事業

1 なにを

- ・手賀沼を周遊できるレンタサイクルを運営します。

2 どのように

- (1) どこで 手賀沼公園、サイクルパーク我孫子南、手賀沼親水広場の多目的広場
駐車場
- (2) いくら 大人500円、小学生以下300円
※県民の日は無料
- (3) いつ (日)
ア 3月25日から11月30日までの土・日・祝休日
イ 公立小・中学校の春休み（月曜休業。祝休の場合は翌日休業）
ウ 無料の日
- (4) いつ (時間)
ア 4月から9月まで 午前9時から午後5時まで
イ 10月から3月まで 午前9時から午後4時まで
- (5) 備考
ア ご利用案内兼宣伝用パンフレットを作成し、配布しています。
イ 運営は我孫子市シルバー人材センターに委託しています。
ウ 子供用ヘルメットを無料で貸し出しています。
エ 団体貸出に対応しています。

3 なぜ

- ・自動車よりも徒歩や自転車のほうが観光には向いています。“車の窓からの景色が何を意味するかというと、「スピードを増せば増すほど、大地はのっぺらぼうになる」ということだ”（J・アーリ『観光のまなざし』増補改訂版より）
- ・持続可能で低炭素の車両や公共交通、徒歩及び自転車等の人力による移動手段を奨励し、観光に起因する大気汚染、交通渋滞及び気候変動の抑制に努めることは「GSTC-D」の基準のひとつです。
- ・レンタサイクルは、観光客をマネタイズする有力な手段のひとつでもあります。観光事業からの収益を活用した観光資産の保全を支援するための仕組みの構築は「GSTC-D」の指標のひとつです。

4 課題

- ・気候変動の影響を受け、有人による貸出が困難になりつつあります。空調付きガードマンボックスの建設等も検討しましたが、化石燃料の節約や温室効果ガスの排出削減が求められている社会情勢では望ましい解決方法ではなく、自動化が妥当です。
- ・現金のみの取り扱いです。現金を持たずに散歩等している利用者も想定されることから、キャッシュレス決済の導入を検討します。
- ・収益事業です。DMOが創設された場合はDMOへの事業譲渡を検討します。

(6) 手賀沼周遊レンタサイクル事業を通年営業化する事業【新】

1 なにを

- ・手賀沼周遊レンタサイクルをスマート化・通年営業化します。

2 どのように

- ・スマートロックを導入し、スマートフォンを用いて24時間365日、借りられるようにします。
- ・利用状況を踏まえながら、運営に協力していただける観光施設や事業者等を募集し、サイクルポートを順次増設します。収益のレベニューシェアも検討します。
- ・有料で提供し、収益の一部は観光資産の保全や安全な自転車利用環境の整備に充当します。
- ・通勤通学需要による自転車の偏在等を防止するため、ステーションの再編等を検討します。

3 なぜ

- ・持続可能で低炭素の車両や公共交通、徒歩及び自転車等の人力による移動手段を奨励し、観光に起因する大気汚染、交通渋滞及び気候変動の抑制に努めることは「GSTC-D」の基準のひとつです。利便性を向上させ、より一層の利用拡大に努めます。
- ・気候変動の影響を受け、有人による貸出が困難になりつつあります。空調付きガード

マンボックスの建設等も検討しましたが、化石燃料の節約や温室効果ガスの排出削減が求められている社会情勢では望ましい解決方法ではなく、自動化が妥当です。

- ・レンタサイクルは、観光客をマネタイズする有力な手段のひとつでもあります。観光事業からの収益を活用した観光資産の保全を支援するための仕組みの構築は「GSTC-D」の指標のひとつです。年中無休化やコスト削減により収益確保を目指します。

(7) 手賀沼の水面等を活用しやすくする事業【新】

1 なにを

- ・手賀沼の水面を活用しやすくします。

2 どのように

- ・水面に安全にアクセスできるよう、施設整備を検討します。
- ・水面の安全な活用に関わるガイドライン等の整備を検討します。
- ・実現に向けて、関係機関や既存事業者等のステークホルダーと協議します。

3 なぜ

- ・手賀沼は我孫子市を特徴づける地形であり、観光的な活用が望まれる地域資源の筆頭です。その水面の活用を巡っては様々なアイデアが浮かびますが、いずれにせよ、水面を観光活用するには観光栈橋等の施設整備が必要になります。
- ・現状は民間事業者が自己の事業の用に供するために個別に栈橋を設けていますが、安全対策や公害防止が不十分との指摘もあります。

(8) 地域の持つ観光資源および地域製品の魅力を最大限に引き出す事業【新】

1 なにを

- ・地域の持つ観光資源および地域製品の魅力を最大限に引き出し、地域経済を活性化し、地域全体の「稼ぐ力」と地域の誇りを高めます。
- ・地域商社事業に取り組むDMO(観光地域づくり法人)等の設立を誘導、支援します。

2 どのように

- ・アビシルベにDMOに準じた機能を取り揃えることにより、アビシルベがDMOと同等の機能を発揮できるようにします。
- ・旅行マーケティング事業、地域商社事業、地域創生事業等を通じて、市内事業者のパートナーシップを推進し、ECやふるさと納税を活用した地域資源の商品化、販売、収益化等に取り組むDMOの設立を誘導します。

3 なぜ

- ・「地域の稼ぐ力の向上」には、戦略的な視点と、地域資源や旅行者をマネタイズする

視点等をもった、いわゆるマーケティングが必要です。マーケティングを有効に実施するためには、地域における観光の状況を把握し、その発展と一緒に考える専門のマーケティング担当者確保・育成する必要があり、外部からマーケティングの専門家を招聘するとともに、地域においても専門人材の育成をはかる必要があります。

- ・マーケティングを実践し、地域の多様なステークホルダーを巻き込み、地域の稼ぐ力を引き出し地域に継続的な経済効果を生む仕組みとして、国は欧米で観光振興を中心的に担い、高い実績を示しているDMO（観光地域づくり法人、Destination Marketing/Management Organization）の日本での形成を推進しています。
- ・日本の多くの地域では観光協会が国内プロモーションをしています。しかし、地方公共団体では限られた人員が短期の人事ローテーションの中で配置されており、専門人材が育成・配置されているわけではありません。一方、観光協会も独自財源が乏しく平均年収も低く、DMOが担うべき機能が発揮できる状況にはなっていないとされています。
- ・我孫子市にはDMOも観光協会もありませんが、市の施設として我孫子インフォメーションセンター〈アビシルベ〉が設置され、指定管理業務の一環として国内プロモーションをしてきました。そこで、DMOと比して不足している機能をアビシルベに追加し、アビシルベにDMOに準じた機能を取り揃えることにより、アビシルベがDMOと同等の機能を発揮できるようにします。また、登録DMOへの発展を促します。

(9) シビックプライド指標調査分析事業【新】

1 なにを

- ・都市に対する市民の誇り「シビックプライド」の現状を定量的に把握します。
- ・居住歴や居住地域等による差異等を統計的に分析し、シビックプライドの向上に向けた戦略を検討します。
- ・商業観光まちづくり大綱の取り組みの前後比較をし、効果測定をします。

2 どのように

- ・先行研究により明らかにされているシビックプライドに関わる指標を、住民基本台帳に基づく郵送調査で定量的に把握します。
- ・調査票の発送・分析は専門機関等に委託して行います。

3 なぜ

- ・シビックプライドは我孫子市商業観光まちづくり大綱における3大指標の一つです。
- ・我孫子市商業観光まちづくり大綱では、社会減を克服し活力ある地域を作るため「我孫子市のありようを誇らしく思い、ここに住み続けたいと思う市民」を増やしていくことを目指しています。その推進にあたり、現状を把握し仮説を立て戦略を策定し効果測定をするために重要な調査です。
- ・5つの日常生活圏域ごとに統計的に必要なサンプル数を収集するには計 5,000 件ほ

どの調査票発送が必要と見込まれます。商業観光課職員の手作業でできる分量を超え、分析にも専門的な知見が必要ですので、委託での実施が妥当です。

(10) 観光情報ブース出店事業【新】

1 なにを

- ・常磐線産直市やちばアクアラインマラソン等、市内外で開催される各種イベント等に
あわせて我孫子市の観光情報を発信する情報ブース等を出展します。

2 どのように

- ・情報ブースの出展に必要な観光パンフレットや備品を制作・購入等します。
- ・パーソントリップ調査やアンケート調査等のマーケティング的な根拠に基づき、観光
誘客が期待できる場所やイベントを選んで戦略的に出展します。また、出展する機会
をとらえて、機動的にも出展します。
- ・観光施設や観光事業者等とパートナーシップを組み、宿泊を伴う着地型観光商品を開
発して売り込みます。

3 なぜ

- ・シビックプライドを維持するために必要です。
- ・急な出展機会に日頃から備えておく必要があります。
- ・観光誘客には具体的な提案も必要です。
- ・お客様と直に接して知見を得る貴重な機会です。最も基礎的な観光振興策のひとつと
して定常的に実施していきます。

(11) 我孫子インフォメーションセンター運営事業

1 なにを

- ・我孫子市の観光資産を育て、我孫子市の観光地化をはかるために、我孫子インフォメ
ーションセンター（通称アビシルベ）を運営します。
- ・令和6年度からの新たな指定管理に向け、令和5年度に指定管理者を選定します。

2 どのように

- ・我孫子市の観光資産に観光のまなざしを誘導するべく、観光資産を対象としてシビッ
クプライドの方法論にあるような取り組みを強化します。
- ・DMOに期待される「データの収集・分析」「多様な関係者の巻き込み」等の機能も
取り入れ、民間活力による観光まちづくりの推進に取り組みます。
- ・DMO以外が指定管理をする場合でもDMOに期待されるような取り組みがなされる
仕様の策定に努め、DMOの形成を誘導します。

3 なぜ

- ・観光振興には民間的なガバナンスと手法が適しています。
- ・我孫子市には観光協会もDMOありませんが、アビシルバがあります。アビシルバに足りない機能を付加して、観光振興に必要な機能を民間に取りそろえます。

(12) マスコットキャラクター事業

1 なにを

- ・我孫子市マスコットキャラクター「手賀沼のうなきちさん」を振興します。
- ・布佐復興キャラクター「ふさだ だしお」を振興します。

2-1 どのように(うなきち)

- ・デザイン使用承認申請を審査し、承認します。
- ・着ぐるみ貸出申請を審査し、承認し、貸出管理をします。
- ・着ぐるみのクリーニングや修繕、更新等の維持管理をします。
- ・商標登録を管理します。
- ・時流の変化をふまえて新たなカットを制作します。

2-2 どのように(だしお)

- ・着ぐるみ貸出申請を審査し、承認し、貸出管理をします。
- ・着ぐるみのクリーニングや修繕、更新等の維持管理をします。
- ・布佐商興会、ふさの風まちづくり協議会とパートナーシップを組みます。

3 なぜ

- ・キャラクターのデザインには我孫子市の歴史・文化・特産品等のローカリティが詰め込まれており、地域のアイデンティティにゆるやかに影響を及ぼしています。
- ・市民アンケートで我孫子市の特産品を訪ねたところ、「うなぎ」が最多得票になりました。キャラクターの効果によるもので、我孫子市民のアイデンティティ形成とシビックプライド向上に役立っているものと市では受け止めています。

4 備考

- ・「ふさだ だしお」の著作権は布佐商興会、着ぐるみの所有権は我孫子市が有しています。布佐地区での利用が多いので借りやすいよう、保管や貸出についてはふさの風まちづくり協議会にご協力をいただいています。
- ・我孫子市民のシビックプライドの拠り所のひとつではありますが、着ぐるみの出張先については、市民が多く見ている場所や機会を選定したほうが効果的です。

(13) 我孫子市ふるさと大使

1 なにを

- ・我孫子市にゆかりのある著名人に“我孫子市ふるさと大使”を委嘱し、イベントやCM等に出演していただくことにより、我孫子市の魅力を発信していただきます。
- ・お越しいただいた場所に記念碑等を設置することで、観光資産の増加と着地型観光地の形成をはかります。

2 どのように

- ・我孫子市にゆかりのある著名人に“我孫子市ふるさと大使”を委嘱します。委嘱状、名刺、我孫子市ふるさと産品の贈呈等を定期的に行うとともに、ふるさと大使に観光情報を提供します。
- ・商業観光部局にて年間予算を確保し、イベント等への出演希望を募り、出演交渉をし、イベント等に出演していただきます。ご出演が実現した場合は記念碑等（色紙や等身大パネル等）を現地に残して後世に語り継がれるようにします。

3 なぜ

- ・地元出身の著名人は、郷土愛やシビックプライドに関係する可能性があります。
- ・特定の芸能人と随意契約を締結する妥当な理由になります。
- ・色紙や等身大パネル等を残していくと観光資産として蓄積されていき、着地型観光地として持続的に成長できるようになります。

(14) 手賀沼公園ミニ鉄道事業

1 なにを

- ・手賀沼公園でミニ鉄道を運営します。

2 どのように

- (1) どこで 手賀沼公園（我孫子市若松1番地）
- (2) いくら 1回2周200円（4歳未満は無料）
※子どもの日、県民の日、市制施行日は無料
- (3) いつ（日）
ア 3月25日から11月30日までの土・日・祝休日
イ 公立小・中学校の春休み・夏休み期間（月曜休業。祝休の場合は翌日休業）
ウ 無料の日
- (4) いつ（時間）
ア 4月から9月まで 午前9時30分から午後5時まで
イ 10月から3月まで 午前10時から午後4時まで
- (5) 備考
ア 利用者には通し番号入りの乗車券（控え）を差し上げています。

事業集5 観光的な地域資源を活用したシビックプライド向上事業集

- イ 秘書広報課がeモニター登録者に乗車券を差し上げています（年2枚/年）。
- ウ 運営は我孫子市シルバー人材センターに委託しています。
- エ 有償で出張運行が可能です。

3 なぜ

- ・手賀沼公園の大型遊具です。
- ・東葛北部では唯一のミニ鉄道施設です。公園の客層が若く保たれる、子供たちの郷土愛や保護者と関係者のシビックプライドが向上する、公園内や周辺の商業施設や公共交通機関等の客数や客単価が向上する等の効果が期待されます。
- ・単年度では黒字運営が実現しています。将来的には観光振興の独自財源やDMOの自主財源に転用できる可能性があります。

(15) 3市連携周遊事業

1 なにを

- ・3市（我孫子市、柏市、印西市）を多くの方に周遊観光していただく取り組み（TEGAスタンプラリー等）を実施します。

2 どのように

- ・3市が相互に協力し、3市の自然環境や観光資産等を活用します。
- ・スタンプラリーや周遊パンフレット等を企画、実施します。

3 なぜ

- ・周辺地域に共通する魅力や、地域が一体となることで発現する魅力を、市域を超えて情報発信できます。
- ・我孫子市内の観光情報を我孫子市内で情報発信しても我孫子市民には既知の情報であることが多く、効果が限定されます。3市合同で企画することで本市の観光情報を他市においても効果的に発信することができるようになります。

(16) ふるさと産品育成事業

1 なにを

- ・我孫子市ふるさと産品の販路拡大を支援し、育成します。

2 どのように

- ・市内事業者、我孫子市商工会とパートナーシップを組みます。
- ・我孫子市ふるさと産品連絡協議会に負担金を交付します。

3 なぜ

- ・フードやグッズはシビックプライド向上の方法論の一つです。我孫子市の都市イメージを視覚的、味覚的、触覚的にも拡大できます。消費と結びつき伝播力が強く、にぎわいの演出にもなります。
- ・中小企業を対象とした市場参入のための支援、地域の観光事業者による地域特産物の購入やサービス利用の推奨、地域の食品製造業者等が観光バリューチェーンに参入するための支援、地域で作られた商品や工芸品の来訪者への販売促進等、地域事業者の支援と公正な取引は「G S T C - D」の基準のひとつです。

(17) 手賀沼観光施設誘導方針

1 なにを

- ・市街化調整区域である我孫子新田地区に観光施設の立地を誘導します。

2 どのように

- ・「手賀沼観光施設誘導方針」「我孫子市観光施設の立地に関する協議基準」「我孫子市観光施設の立地に関する協議要領」を定め、運用します。
- ・不動産所有者や不動産業者等とパートナーシップを組みます。

3 なぜ

- ・観光資源である手賀沼の有効な利用と、市街化調整区域である我孫子新田地区の土地利用を推進するために行なっています。

(18) 農産物直売所アンテナショップ跡地活用事業

1 なにを

- ・我孫子新田地区にある農産物アンテナショップ跡地を活用します。

2 どのように

- ・サウンディング型市場調査等の手法により、公募によって選考された跡地の活用事業者を支援します。

3 なぜ

- ・当地は手賀沼観光施設誘導方針により観光施設の立地を誘導している地域です。当地にある市有財産を有効活用し、観光施設の立地を誘導します。

事業集6 世界基準による持続可能な観光地マネジメント事業集

(1) 日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D) に取り組む事業【新】

1 なにを

- ・観光庁とUNWTO (国連世界観光機関) 駐日事務所が開発した、観光地域向けの基準である「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」に取り組めます。
- ・我孫子市が持続可能性に配慮する都市であり、誰もが安心して訪れることのできる魅力的な場所であることを、根拠をもって対外的に説明できるようにします。
- ・我孫子市を訪れる旅行者の増加と地域の持続可能性の向上に寄与します。
- ・持続可能な観光に関する国際認証の取得を目指します。

2 どのように

- ・GSTC (グローバス・サステナブル・ツーリズム協議会) 公認トレーニングプログラムを修了したサステナビリティ・コーディネーターを配置します。
- ・JSTS-Dの指標の達成状況を調査し、公表します。また、未達成の指標については、達成に向けた取り組みを推進します。
- ・サステナブルに転換しようとする観光事業者 (宿泊施設、ツアーオペレーター等) の取り組みを支援します。
- ・持続可能な観光を嗜好する旅行者やツアーオペレーター等からの相談を受け、誘客に繋がります。

3 なぜ

- ・まちづくりと観光は表裏一体です。良いまちづくりをすれば、そのまちは光を觀し、光を觀るために旅行者が訪れるようになります。反対に、悪いまちづくりをすれば、旅行者からも住民からも選ばれないまちになってしまいます。また、観光には地域経済を発展させるとともに、社会福祉、文化、環境にも良い影響を与える力があります。
- ・近年、残された再生不可能な資源の減少、気候変動の影響の顕在化、新型コロナウイルス感染症の拡大等を契機に、世界中でSDGs (持続可能な開発目標) への取り組みが加速しています。その中で、良いまちづくり、良い観光の前提条件が「持続可能性に貢献するものであること」へと明確化してきたと受け止めています。
- ・我孫子市には住民総出で持続可能性を追求してきた歴史と実績がありますが、近年、持続可能な観光に関する国際基準「GSTC-D」と「JSTS-D」が定められたことにより、我孫子市はさまざまな課題(*)に直面しています。
- ・こうした課題に対処するため、部局横断的に持続可能な観光の推進を総括し、説明責任を果たす「サステナビリティ・コーディネーター」の配置が必要となっています。

(*)さまざまな課題 (例)

- ・光害 (JSTS-D D14) のように、取り組んでいないか、問題が生じていないことを確認したエビデンスを残していないために、問題がないことを対外的に根拠を

持って説明できない領域があります。

- ・プロモーションと情報（JSTS-D A10）のように、意識はしていてもコミットメントやモニタリングのエビデンスがなく、取り組んでいることを対外的に証明できない領域があります。
- ・文化資産の保護（JSTS-D C1）のように、指標の一部しか取り組まれていない場合があります。
- ・廃棄物（JSTS-D D11）のように、観光所管課の事務管掌から大きく外れ、意識的に情報収集や学習をしないと説明責任を果たせない領域があります。

(2) 観光事業者によるGSTC-Iへの取り組みを支援する事業【新】

1 なにを

- ・観光事業者によるGSTC-I（GSTC Industry Criteria）への取り組みを支援します。

2 どのように

- ・市内観光事業者を対象にした勉強会を開催します。
- ・市内観光事業者によるGSTC-Iへの取り組みを支援するモデル事業を行います。専門事業者へ委託し、モデル事業者を公募、支援、モニタリング等を行います。

3 なぜ

- ・残された再生不可能な資源の減少や気候変動、新型コロナウイルス感染症の拡大等により、世界は不確実性を増しています。我孫子市においても、市内の観光事業者を持続可能に転換することは喫緊の課題です。
- ・サステナブルを重視する旅行者が増加しており、大きなビジネスチャンスとなっています。しかし、サステナブルに取り組んでいるふりをしているだけでは、逆に非難を受けることとなります。サステナブルな地域であると客観的に証明するには観光事業者が取り組むべき国際基準である「GSTC-I」を達成するために方針を定め、実施し、モニタリングすることが求められます。しかし、指標の解釈を含めて容易なこととは言えず、支援の必要があります。

(3) GSTC-D/Iに基づいて我孫子市の現状をモニタリングする事業【新】

1 なにを

- ・GSTC-D/Iに基づいて市や観光事業者の取り組みを効果的かつ効率的にモニタリングする仕組みを構築します。

2 どのように

- ・市、学識経験者、サステナビリティに興味関心のある市民からなる我孫子市持続可能

な観光推進協議会を設立します。

- ・持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）について学習・議論し、地域の観光関係者の見識を養います。
- ・地域の取り組みをモニタリングし、G S T C 認証のエビデンスとして活用できる議事録を作成し、公表します。
- ・観光事業者によるG S T C - I への取り組みについて、モニタリングし、G S T C 認証のエビデンスとして活用できる議事録を作成します。

3 なぜ

- ・国際認証では、指標を踏まえて方針を定め（コミットメント）、実施し、そのモニタリングをするとともに、その各段階のエビデンスを提示することが求められます。そこで、G S T C の広範かつ多岐に渡る項目を効果的かつ効率的にモニタリングできるようにするため、市民等にモニターを委嘱するものです。
- ・市の観光政策を議論する場合は観光事業者を中心に組織することが望ましいと思います。一方、観光が地域経済、文化、環境にとって好ましいものになっているか、そのモニタリングについては学識経験者、環境当局、市民が適任であると思量します。
- ・我孫子市はJ S T S - D への取り組みを基本としますが、J S T S - D はG S T C - D に準拠していますので、G S T C - D に基づくモニタリングにも対応できます。

事業集 7 住民とお店に Win-Win の関係を導く調整的事業集

(1) お店への公共交通機関によるアクセスを促す事業【新】

1 なにを

- ・お店や観光施設への公共交通機関（鉄道、路線バス等）によるアクセスを促します。

2 どのように

- ・公共交通機関、商業者等とパートナーシップを組みます。
- ・路線バス等の利用促進につながるガイドブック等の配布等に協力します。
- ・お店や観光施設等におけるポスターや時刻表の掲示等を推進します。
- ・時刻表等の全戸配布等の実施または支援等を検討します。

3 なぜ

- ・お店が無くなった場所に再度お店を誘致することは容易ではありません。お店が遠くてもアクセスできる環境を作ることも解決策の一つです。路線バス等の利用が増えれば路線の一層の充実が期待でき、住民の日常生活の利便性の維持につながります。
- ・高齢化により自家用車利用の減少が予想されます。ガイドブックの配布、ポスターや時刻表の掲示等を通じて路線バス等の乗り方がさらに周知されれば、お店にとっても、商圈の拡大、商圈内人口の維持、客単価の向上等の効果が期待されます。
- ・公共交通による中心市街地へのアクセスの奨励は「健康・医療・福祉のまちづくりの推進ガイドライン（技術的助言）」「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTSD）」にも沿った考え方です。

(2) 大規模小売店舗立地法の適正運用

1 なにを

- ・大規模小売店舗立地法第8条第1項の規定に基づき、大規模小売店舗の周辺の地域你的生活環境の保持の見地からの意見を市町村として千葉県知事に述べるものです。また、届出等の同法第5条第3項等に基づく千葉県による縦覧に協力します。

2 どのように

- ・庁内をとりまとめ、法に基づく意見を千葉県知事に述べます。
- ・市役所において届出書等を縦覧に供します。

3 なぜ

- ・現行の法体系では、大規模小売店舗は都市計画法によるゾーニング規制をクリアした場所には原則として出店することができます。しかし、広大な商圈を有する大規模小売店舗は周辺的生活環境に重大な影響を及ぼすことがあるため、出店事業者には大規模小売店舗立地法に基づく調整が義務付けられています。

- ・住宅都市として発展してきた我孫子市のコア・コンピタンスを損なうことのないように、法と指針に基づいた調整を適正に行う必要があります。また、調整を通して出店者に我孫子市のコア・コンピタンスを認識いただければ、より高い収益を持続的に得られるようになる機会にもなります。地域住民と大規模小売店舗の間に Win-Win の関係を導けるように、法の適正な運用に努めます。

(3) 消費生活相談の実施

1 なにを

- ・消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができるように、消費者の消費生活における被害を防止し、安全の確保に努める等します。

2 どのように

- ・消費者安全法に基づき「我孫子市消費生活センター」を置き、消費者からの相談を受け、助言や情報提供及び斡旋解決を行います。
- ・消費生活相談や講座等により消費者安全のための情報提供を行います。消費生活講座の開催や小冊子を活用し啓発することにより消費者被害の未然防止を図ります。

3 なぜ

- ・市民生活と商業活動の間に Win-Win を導くために必要な事業の一つとして推進に努めます。

(4) 商工会支援事業【再掲】

市内事業者による地域貢献活動への協力の一環として、我孫子市商工会による地域総合振興事業に対して補助金を交付しています。詳しくは**事業集4 お店の組織的活動支援事業集**の**(1) 商工会支援事業**を参照してください。

事業集8 パートナーシップで目標を達成しようとする事業集

(1) 事業者のパートナーシップによる課題解決を支援する事業【新】

1 なにを

- ・共通の課題を抱える事業者や観光事業者のピアサポートグループの形成を推進します。

2 どのように

- ・商工会、商店会、観光事業者等とパートナーシップを組みます。
- ・当事者からセミナーやワークショップ等の企画を提案募集し、運営します。
- ・我孫子市商店街活性化事業補助金の補助対象者・補助対象事業を拡充する等、支援策の拡充を検討します。

3 なぜ

- ・不確実性を増す時代を生き抜くには、行政による画一的な支援ばかりでなく「世界や日本の動向を各自が踏まえて考えて行動する」ことも必要です。お店が世界や日本の動向を学んだり、議論したりする機会を提供する支援の必要性が増しています。
- ・商店街団体等が行う活性化計画策定事業に対しては、我孫子市商店街活性化事業補助金制度や千葉県地域商業活性化事業補助金制度による補助がありますが、活用実績がありません。テーマ設定が求められている可能性があります。
- ・我孫子市商店街活性化事業補助金制度は、商店街を活性化する目的に対して、商店会を対象者としています。しかし、商店会の会員は面的な連続性があるとは限らず、目的と補助対象者が必ずしも一致していないため、改善が必要です。

(2) 商業観光まちづくり委員会【新】

1 なにを

- ・我孫子市商業観光まちづくり大綱の実施状況をモニタリングし、見直しに向けた議論をします。

2 どのように

- ・市民等から選考した委員と市が協働し、我孫子市の商業や観光へのまなざしを涵養しながら大綱を推進するとともに、見直しに向けた議論をします。
- ・議論の範囲やステークホルダーが多岐に渡るため、分科会を設けます。
 - (1) 大綱のモニタリングと改訂議論 主に事業者と観光事業者
 - (2) G S T Cに基づくモニタリング 主にサステナビリティに関心のある市民
 - (3) 観光資産の認定 主に観光事業者と経済団体
 - (4) 観光資産のパートナーネットワーク 主に観光資産の所有者

3 なぜ

- ・住民生活と商業活動の間に Win-Win の関係を築くとともに観光的な地域資源を活用して都市と市民の結びつきを深めることによって、生産年齢人口が減少する中でも住宅都市としての豊かさを維持・向上させ、本市の優れた日常生活環境の持続可能性の確保に貢献するため、我孫子市民の叡智を結集します。
- ・推進体制の構築、事業者との協働、住民参加とフィードバックはG S T C - Dの基準のひとつです。

(3) イベント等共催事業

1 なにを

- ・次のイベント等を市民団体等と共催する事業です。
 - (1) 手賀沼花火大会
 - (2) あびこカップまつり

2 どのように

- ・実行委員会に加わり、意思決定に参加し、相応の責任を負担します。
- ・負担金を交付します。
- ・人的資源を供出します。

3 なぜ

- ・市民団体等と地方公共団体は異なる専門性を有しています。異なる専門性を生かしてよりよいものを作るために、コラボレーションをします。
- ・手賀沼花火大会は、市民の誇りです。アンケートで「我孫子市で一番の観光イベント」を市民に尋ねたところ、有効回答の約3分の2が手賀沼花火大会でした。我孫子市を代表する観光イベントとして、市民の心に深く定着しています。また、我孫子市側として打ち上げに必要な経費の約4割を市が拠出していますが、市内事業者も協賛金等を通じて約3割、市民も有料席や募金等により約3割を負担しています。費用面からも地域の住民と事業者が団結し、地域一体となって実現させているイベントだということがわかります。
- ・あびこカップまつりは、観光振興の一環として共催しています。河童音頭は昭和38年、我孫子市の前身である我孫子町と我孫子町商工会の共催により歌詞を公募して開発された郷土民謡で、振付は我孫子町役場の職員によるものです。参加性と場所性も生かされたイベントで、我孫子市民のシビックプライドの淵源のひとつです。

(4) 商店街活性化事業後援等事業

1 なにを

- ・商店街団体等による商店街を活性化する取り組み等を後押しします。

2 どのように

- ・対象事業について、我孫子市後援等の取扱いに関する要綱に規定される後援等をします。
- ・対象事業は次のいずれかに該当する事業で、我孫子市後援等の取扱いに関する要綱第3条に規定される事業です。
 - (1) 我孫子市商店街活性化事業補助金の補助を受ける活性化取組事業
 - (2) 市内商業者または市内観光事業者が民民または官民のパートナーシップに基づいて行う公益性の高い事業
 - (3) 我孫子市ふるさと産品協議会またはその会員が我孫子市ふるさと産品の販売促進のためにする事業
 - (4) 我孫子市認定観光資産の所有者が事故の所有する認定観光資産の利用促進のためにする事業
- ・我孫子市後援等の取扱いに関する要綱に基づいて市が行う内容は、後援にあっては次の第1号から第4号までに掲げるもの、協力にあっては第1号から第5号までに掲げるものです。
 - (1) 市の名義の使用の承認
 - (2) 広報あびこへの掲載
 - (3) 事業に関する資料の提供
 - (4) 事業の企画・運営等に関する相談
 - (5) 事業の実施における会場の確保の支援

3 なぜ

- ・これまでも相談等には応じており、後援をした実績もありますが、事業として位置付けていませんでした。今後は事業として位置付け、我孫子市商店街活性化補助金申請の手引き等に掲載して周知を図ります。

(5) 観光ポータルサイト等への情報提供

1 なにを

- ・観光ポータルサイト等に情報提供します。

2 どのように

- ・情報提供の求めに応じてデータ入力等をします。
- ・他課が所管している施設等について、情報更新を他課に依頼します。

3 なぜ

- ・市独自の観光ポータルサイトがない中、ありがたく活用させていただいています。

(6) 事業者向け情報のメール配信サービス

1 なにを

- ・事業者向けメール配信サービスを運営します。
- ・市内事業者に役立つ情報を素早くお届けします。令和2年2月6日から開始しました。

2 どのように

- ・次のような情報を、市の共通メール配信プラットフォームで配信します。
 - ・市で行う事業者向け補助制度・研修等の案内
 - ・市のイベントへの出店者募集案内
 - ・国や県から周知のあった事業者対象の研修・補助金情報等
 - ・その他事業者に対する情報の発信
- ・登録数が増えるように周知に取り組みます。

3 なぜ

- ・市内事業者に役立つ情報を素早くお届けできる唯一のチャンネルです。我孫子市の行政情報を伝える主力媒体「広報あびこ」では読者層を踏まえると事業者向け情報の取り扱いは限定的にならざるを得ない中、貴重な情報伝達手段となっています。
- ・新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受けた事業者支援策等の周知に大きな効果を発揮しました。災害等の対応にも活用できます。

(7) 庁内連携

1 なにを

- ・他課が所管する委員会等に出席する等します。
 - ・心も体も健康プラン推進委員会
 - ・文化財保存活用地域計画協議会
 - ・農業拠点施設指定管理者選考委員会
 - ・手賀沼・手賀川活用推進協議会
 - ・ジャパンバードフェスティバル

2 どのように

- ・委員会に出席し、商業振興や観光振興の視点から意見を述べる等し、貢献します。

3 なぜ

- ・商業と観光の裾野は広大で、商業観光部局だけでは目標を達成することはできません。他の行政領域とのパートナーシップは重要です。

(8) 観光的な地域資源に関する相談窓口

1 なにを

- ・市役所の窓口と電話で、いわゆる観光案内をします。

2 どのように

- ・観光パンフレットを制作し、必要に応じて手渡す等します。
- ・写真撮影や合宿候補地等、観光的な地域資源の所在や活用に関わる相談に応じます。許認可や届出が必要になる場合は、適切な窓口をご案内します。

3 なぜ

- ・観光案内はアビシルベの業務ですが、市役所への問い合わせが無くなることはありません。市役所でもアビシルベと同等の案内ができるようにしておく必要があります。
- ・市の公式的なパンフレット類は、市が作成する必要があります。

付録

(1) 商工会法（昭和三十五年法律第八十九号）抜粋

（法律の目的）

第一条 この法律は、主として町村における商工業の総合的な改善発達を図る等のための組織として商工会及び商工会連合会を設け、もつて国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この法律において「商工業者」とは、次のいずれか一に該当する者をいう。

- 一 自己の名をもつて商行為をすることを業とする者
- 二 店舗その他これに類似する設備によつて物品を販売することを業とする者
- 三 鉱業を営む者
- 四 会社

（目的）

第三条 商工会は、その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資することを目的とする。

（事業の範囲）

第十一条 商工会は、第三条の目的を達成するため、次に掲げる事業の全部又は一部を行うものとする。

- 一 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。
- 二 商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。
- 三 商工業に関する調査研究を行うこと。
- 四 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。
- 五 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。
- 六 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。
- 七 商工会としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。
- 八 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。
- 九 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。
- 十 前各号に掲げるもののほか、商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務（その従業員のための事務を含む。）を処理し、その他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。

(2) 我孫子市商工業振興基本条例（平成23年9月26日条例第18号）

（目的）

第1条 この条例は、本市における商工業の振興に関する基本理念その他基本的な事項を定め、もつて本市の商工業の基盤の強化及び持続的な発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 商工会 商工会法（昭和35年法律第89号）に基づき設置された商工会をいう。
- (2) 商工業者 商工会法第2条に規定する商工業者をいう。
- (3) 大型店 大規模小売店舗立地法（平成10年法律第91号）第2条第2項に規定する大規模小売店舗をいう。
- (4) 商店会 市内の一定の地域内の小売業、サービス業等に属する事業者が組織した団体であって、当該地域の振興及び活性化を図ることを目的とするものをいう。

(基本理念)

第3条 商工業の振興は、商工業者自らの創意工夫と自助努力のもと、商工会、商工業者、商店会及び市の連携によることを基本とし、市民の理解と協力を得ながら行うものとする。

- 2 商工業の振興は、地域の特性を活かすとともに、地域社会の発展、就業機会の拡大及び就労環境の向上に配慮しながら行うものとする。

(市の責務)

第4条 市は、商工業の振興に関する施策を総合的に推進するとともに、商工業の振興に取り組む商工業者を積極的に支援するものとする。

- 2 市は、商工業の振興に関する基本的な施策として、次に掲げる事項を実施するものとする。
 - (1) 商工業の経営基盤の安定化に関すること。
 - (2) 商工業に関する情報の収集及び提供に関すること。
 - (3) 商工業の振興計画の推進に関すること。
 - (4) 観光資源の活用に関すること。
 - (5) 創業の促進に関すること。
 - (6) 雇用促進に関すること。
 - (7) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要があると認める施策に関すること。

(商工会の責務)

第5条 商工会は、商工業者を支援するとともに、市、商工業者、商店会等と連携し、商工業の振興に関する施策を積極的に実施することにより、地域の活性化に努めるものとする。

- 2 商工会は、自らの事業活動を通じて地域社会への貢献に努めるものとする。
- 3 商工会は、商工業者及び新たに商工業を営もうとする者に対して、商工会への加入を積極的に働きかけるものとする。

(商工業者の役割)

第6条 商工業者は、経営基盤の強化、経営の改善、勤労者の福利厚生向上、人材の育成等に努めるものとする。

- 2 商工業者は、市内で流通又は提供される製品や農産物等を積極的に利用するよう努めるものとする。

- 3 商工業者は、市内の人材を活用するとともに、農業者をはじめとする多様な主体との交流又は連携を積極的に図るよう努めるものとする。
- 4 商工業者は、商工会及び商店会への加入に努め、市又は商工会が行う商工業の振興に関する施策に参画するとともに、商店会の活性化に積極的に協力するものとする。
- 5 商工業者は、地域における生活環境の保全並びに消費生活の安定及び安全の確保に配慮するとともに、地域社会に貢献するよう努めるものとする。
- 6 大型店を営む者は、市内で商業を営む者の一員として、前各項に定めるもののほか、大型店に求められる社会的責任を認識するよう努めるものとする。

(商店会の役割)

第7条 商店会は、地域の核としてにぎわいと交流を創出し、地域の活性化に努めるものとする。

- 2 商店会は、商工業者及び新たに商工業を営もうとする者が商店会に加入しやすい体制を整え、その組織基盤の強化を図るとともに、会員相互及び他の商店会との連携に努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第8条 市民は、地域における商工業の振興が自らの生活の向上及び地域社会の活性化に寄与することを理解し、その発展に協力するよう努めるものとする。

附 則

この条例は、平成23年10月1日から施行する。

(3) 消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）抜粋

(目的)

第一条 この法律は、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定について定めるとともに、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約等、消費者安全調査委員会による消費者事故等の調査等の実施、消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置その他の措置を講ずることにより、関係法律による措置と相まって、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することを目的とする。

(都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施)

第八条 (省略)

- 2 市町村は、次に掲げる事務を行うものとする。
 - 一 消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じること。
 - 二 消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあっせんを行うこと。
 - 三 消費者安全の確保のために必要な情報を収集し、及び住民に対し提供すること。
 - 四 都道府県との間で消費者事故等の発生に関する情報を交換すること。

五 消費者安全の確保に関し、関係機関との連絡調整を行うこと。

六 前各号に掲げる事務に附帯する事務を行うこと。

(消費生活センターの設置)

第十条 (省略)

2 市町村は、必要に応じ、第八条第二項各号に掲げる事務を行うため、次に掲げる要件に該当する施設又は機関を設置するよう努めなければならない。

一 消費生活相談員を第八条第二項第一号及び第二号に掲げる事務に従事させるものであること。

二 第八条第二項各号に掲げる事務の効率的な実施のために適切な電子情報処理組織その他の設備を備えているものであること。

三 その他第八条第二項各号に掲げる事務を適切に行うために必要なものとして政令で定める基準に適合するものであること。

(消費生活相談員の要件等)

第十条の三 消費生活相談員は、内閣総理大臣若しくは内閣総理大臣の登録を受けた法人(以下「登録試験機関」という。)の行う消費生活相談員資格試験に合格した者又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると都道府県知事若しくは市町村長が認める者でなければならない。

2 消費生活相談員は、消費生活を取り巻く環境の変化による業務の内容の変化に適応するため、消費生活相談(第八条第一項第二号イ及びロ又は第二項第一号及び第二号の規定に基づき都道府県又は市町村が実施する事業者に対する消費者からの苦情に係る相談及びあっせんをいう。以下同じ。)に関する知識及び技術の向上に努めなければならない。

3 第一項の消費生活相談員資格試験(以下単に「試験」という。)は、消費生活相談を行うために必要な知識及び技術を有するかどうかを判定することを目的とし、次に掲げる科目について行う。

一 商品等及び役務の特性、使用等の形態その他の商品等及び役務の消費安全性に関する科目

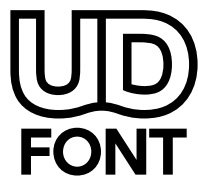
二 消費者行政に関する法令に関する科目

三 消費生活相談の実務に関する科目

四 その他内閣府令で定める科目

(消費生活相談等の事務に従事する人材の確保等)

第十一条 都道府県及び市町村は、消費生活相談員の適切な処遇、研修の実施、専任の職員の配置及び養成その他の措置を講じ、消費生活相談員その他の第八条第一項各号又は第二項各号に掲げる事務に従事する人材の確保及び資質の向上を図るよう努めるものとする。



本文にはユニバーサルデザイン（UD）の考え方にに基づき、
より多くの人へ適切に情報を伝えられるよう配慮した
見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

発行者 我孫子市 環境経済部 商業観光課
発行日 令和5年1月27日（V0.3.1）